



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y
FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES SECTOR SERVICIO
RUBRO HOSPEDAJES EN EL CENTRO DE TUMBES,
2018.**

**TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

QUINDE REYES, JORGE ALBERTO

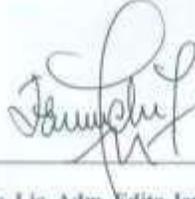
ASESOR

ESCOBEDO GALVEZ, JOSE FERNANDO

TUMBES-PERU

2018

HOJA DE FIRMA DEL JURADO



Mgtr. Lic. Adm. Edita Jerid Periche Castro

Presidente



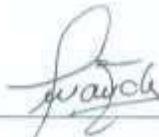
Mgtr. Lic. Adm. Galvani Guerrero García

Miembro



Lic. Adm. Pablo Santiago Becerra Ortiz

Miembro



Mgtr. Lic. Adm. José Fernando Escobedo Gálvez

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por otorgarme la vida.

A la ULADECH – Católica, por
formarnos profesionalmente.

A las MyPes, por permitirme realizar
mi investigación.

DEDICATORIA

A mi esposa Guillermina, por su paciencia y tolerancia.

A mis hijos Jorge, Anthony, Evelyn por su inmenso amor.

RESUMEN

En la presente investigación denominada “Caracterización de la atención al cliente y financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes,

2018"; Tuvo como objetivo general: Determinar la caracterización de la atención al cliente y financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018, y su enunciado de investigación: ¿Cuáles son las características de la atención al cliente y financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018?. Utilizando como metodología el tipo de investigación descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental, y mediante la utilización de la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos para una población de 68 clientes 07 propietarios de las MyPes dedicadas al rubro hospedajes, se concluyó que la empresa utiliza generalmente, para financiar necesidades específicas en un momento determinado, además concluyo que el personal muestra cordialidad en la atención, además concluyo que el personal se compromete con orientar al cliente.

Palabras claves: Atención al cliente, Financiamiento y MyPes.

ABSTRACT

In the present investigation called "Characterization of the customer service and financing of the MYPES, sector service lodging business in the center of Tumbes, 2018"; Its general objective was to: Determine the characterization of the customer service and financing of the MYPES, sector service lodging in the center of Tumbes, 2018, and its research statement: What are the characteristics of customer service and financing of the MYPES,

sector service lodging in the center of Tumbes, 2018?. Using as a methodology the type of descriptive research, quantitative level and nonexperimental design, and by using the survey and questionnaire as data collection instruments for a population of 68 clients 07 owners of the MyPes dedicated to the lodging sector, it was concluded that the company usually uses, to finance specific needs at a given time, also conclude that the company uses to finance durable consumer goods, finally the rates and terms provided by financial companies are adequate.

Keywords: Customer service, Financing and MyPes.

INDICE

HOJA DE FIRMA DEL JURADO	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT	v
INDICE.....	vi
I. INTRODUCCIÓN	9
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	30
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	30

2.2. BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES	39
2.2.1. ATENCIÓN AL CLIENTE	39
2.2.2. FINANCIAMIENTO	43
2.2.3. MYPES	48
III. HIPÓTESIS	52
IV. METODOLOGÍA.....	52
4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	52
4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	53
4.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	53
4.4. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	54
4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA	56
Población	56
MUESTRA	57
4.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	58
4.7. PLAN DE ANÁLISIS	59
4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	61
<i>Cuadro 02.</i> Matriz de Consistencia	61
4.9. PRINCIPIOS ÉTICOS.....	64
V. RESULTADOS.....	65
5.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	65
5.1.1. SEGÚN EL OBJETIVO 01	65
5.1.2. SEGÚN EL OBJETIVO 02	66
5.1.3. SEGÚN EL OBJETIVO 03	68
5.1.4. SEGÚN EL OBJETIVO 04	69
5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS	72
5.2.1. SEGÚN OBJETIVO ESPECÍFICO 01	72
5.2.2. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 02	72
5.2.3. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 03	74

5.2.4. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 04	75
VI. CONCLUSIONES	76
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	77
ANEXOS.....	84

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo denominado **“Caracterización de la atención al cliente y financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018”** La presente investigación proviene de las líneas que han sido asignadas por la Escuela Profesional de Administración y comprenden el campo disciplinar: promoción de las MYPE.

Las unidades económicas materia de trabajo son MyPes del centro de Tumbes, dedicadas entre otras actividades al rubro de hospedajes; en el centro de Tumbes se han identificado que existen siete (07) MyPes dedicadas a este rubro objeto de la investigación, el estudio parte del problema de la calidad del servicio que aquellas empresas del centro de Tumbes, le ofrecen a cada uno de sus clientes, en donde se pretende investigar **¿Cuáles son las características de la atención al cliente y financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018?** Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación **Determinar la caracterización de la atención al cliente y financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018.** Haciendo ello que el servicio que brindan dichas empresas hospedajes sea factible para la comodidad del cliente, para así posteriormente se hace poder determinar diferentes características que ayuden a la atención y financiamiento en el mercado y así poder brindar estrategias para la solución mediante este informe de investigación.

A Nivel Político - Estabilidad Política: En los últimos dos meses y medio, el estado peruano decreta, en marco de las capacidades de legislación, nueve son las medidas conducidas principalmente a dar facilidad al desarrollo de las micro y pequeñas empresas (MyPes), intervienen incentivos de tributación y tramitación de simplificación administrativa. En tal sentido El ministro de economía y finanzas, Alfredo Thorne, explico que nuestro gobierno debe propulsar una transformación tributaria que favorece el incremento de las MyPes y las conduce al éxito. En esa noción se presentó el desarrollo alcanzados a beneficio de las MyPes de nuestro país. En donde la Segmentación de impuestos. Las empresas con ventas mínimas a 150 unidades impositivas tributarias (UIT), están con beneficios para dividir su IGV comúnmente hasta por 72 meses. Así mismo la postergación del pago del IGV, las empresas con ventas mínimas a 1,700 UIT tienen el mando de prorrogar el pago de tributar hasta por 90 días. En este punto de vista tienen la desaparición de deudas tributarias mínimas a una UIT y minoración de aquellas superiores a una UIT, adaptando fraccionamientos de 90%, 70% y 50% al monto apropiado. Por el cual El régimen especial de recuperación anticipada del IGV, este régimen impulsa la transacción de equipos y maquinarias para las MyPes y que eran más eficaces y productores. Puesto que la ley de Factoring, posibilita el acceso a dar buena inversión en financiar a las empresas mediante una pequeña tasa de impuesto a la renta a las mencionadas facturas. El nuevo régimen MyPe de tributos; se dio notorio al nuevo régimen MyPe tributario y a partir de inicios del año las empresas pagaran los impuestos de acuerdo con el real volumen de sus entradas económicas. SUNAT accesible, es el ente receptor no será más una organización que brinde sofocación a los pequeños empresarios del país.

Financiamientos a la transcendencia de todos. El ministerio labora en coordinación con los cuatros miembros capitalistas del estado: Banco de la Nación, Cofide, Agrobanco y Mi Vivienda para alcanzar la sublevación del crédito. Medidas para la tarea pesquera artesanal. Se facilitan las técnicas administrativas para el buen crecimiento de la función pesquera artesanal, perseverando formalizar al menos a 25,000 pescadores de nuestro país. Gracias al Factoring, las empresas podrán enajenar las facturas de sus clientes y percibir el dinero de manera rápida. (**Diario Oficial El Peruano, 2016**).

Tratados Comerciales: El rendimiento mensual de las MyPes remontan a S/. 1, 156 en el rubro de prestación y S/. 1, 002 en negocios, informo Jorge Rodríguez Lava. Es de mencionar El 98% de las empresas medianas y pequeñas (MyPes) de nuestro país hace contratos con el estado, sustento Jorge Rodríguez Lava, educador de las escuela de posgrado de la Universidad continental. Así mismo desde producción de carpetas a intermedia escala hasta el aseo de ropa para hospitales de las diferentes regiones del país, hay en realidad una diversa gama de prestaciones que brindas oficios a las MyPes e instituciones públicas en todo el país, indico el docente. Relativamente al tipo de funciones que desarrollan las MyPes de nuestro país, destaco que el 50.1% de ellas se destina al rubro de servicios; el 33.8% al departamento de comercio; y 16.1% a otras funciones relacionadas al arrancamiento y elaboración de productos o servicios.

Además, explico que el rendimiento mensualmente de estas empresas remontan a S/. ,156 en el rubro de servicios; S/. 1,002 en la negociación; y S/. 1,441 en arrancamiento y en productividad. Pues para culminar, señalo que simbolizan el S/. 96,5% de las empresas que realmente tienen ejecución en nuestro país. (**El Comercio, 2018**)

Política Fiscal: Las políticas de tributos en la formalización del micro y pequeñas empresas en el estado peruano. En este análisis se ha llevado a cabo sobre las legalidades tributarias así darle formalización a las MyPes, el cual sostiene como fuente conocer si los lineamiento tributarios son trasladados en el lapso 2010-2016, así mismo incidieron o no en estos organismos empresariales. El alza de sueldo mínimo: ¿Cómo afectaría a las MyPes? Ante la viable alza de la Remuneración Mínima Vital, los importes que se responsabilizan las MyPes serán muy cuantiosos, corresponden los economistas, la competitividad de las MyPes formalizadas se verán limitadas, frente a otros negligentes. Se menciona que el concejo nacional del trabajo CNT empieza la controversia sobre el aumento del salario mínimo. Corporaciones y ejecutores del grupo privado se han manifestado en contra de la medición al considerarse sin “amparo técnico”. Para tranquilizar las aguas, el presidente Kuczynski informo que lo que se expectaculaba es un aumento “prudente” de la retribución mínima vital (RMV). Prudente o no agrupaciones propusieron S/. 1500 en un principio las micro y pequeñas empresas (MYPES) serían las más disimulado por esta decisión, señalan los expertos, al consolidar en este departamento la mayor informalización laboral y empresarial. Según aclara cesar peñaranda director ejecutivo del instituto de economía y desarrollo empresarial de la CCL la multiplicidad de la integración empresarial en el Perú son micro y pequeñas empresas; de estas solo el 20% son cumplidas. La medida, entonces, agrava la negligencia, que implica en más empleos negligentes.

(Diario El Comercio, Lucero Chávez, 2018)

A Nivel Económico: Situación Económica Actual: Esencialmente la caja municipal de ahorro y crédito, estos financiamientos benefician un resultado muy efectivo

en nuestro país, es así que las distribuciones solventes las micro y pequeñas empresas (MyPes) producirán una conmoción económica elevada a 17,500 millones de dólares en territorio peruano mientras este año, proyecta el presidente de la caja municipal de ahorro y crédito (CMAC) de la ciudad de Sullana, Joel Siancas. Solo de que el sistema financiero garantice más de 3,500 millones de dólares a las MyPes tienen una secuela muy provechosa, pues manifiesta hasta en cinco oportunidades en la reserva peruana, expreso a la agencia andina. Así mismo se mantiene cuando una entidad financiera cede de un préstamo a una microempresa, este no queda allí sino que produce un circuito íntegro en el mercado nacional. Los microcréditos que hasta hoy remonta a 3,500 millones de dólares, recirculan a nivelaciones de la economía, se transmiten a un desplazamiento comercial de productividad en donde los peruanos adquieren y venden prestaciones o bienes, puesto que de esta manera, se activan también varias cadenas rentables a nivel nacional, por lo tanto se predomina que el departamento de microfinanzas continúa en incremento constante a pesar que este año es uno de riesgo financiero mundial. (Diario: Gestión 2018)

Tipos de interés: El rendimiento se obtiene gracias al revestimiento que ofrece el Fondo de seguro para financiar a la pequeña industria; las tarifas de intereses de financiación de negociación exterior para las micro y pequeñas empresas (MyPe) se disminuirá en 5% a 6% donde se agradece a la cobertura que favorecerá el Fondo de Garantía para préstamos a la pequeña industria (Fogapi) a estas empresas, informo el Banco Mibanco. Así como también la tarifa de interés positiva que recauda actualmente Mibanco por un crédito de 1,000 nuevos soles para capital de trabajo u operaciones, a un

periodo de nueve meses, de decir que el 55%; durante que la Tarifa de Precio Efectivo Anual, que inserta los seguros indispensables, los cargos al mes y los cargos por una sola vez, ascender a 60.49%, según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS).el jefe de producción de Mibanco, Walther Reategui, señalo que reciente inscripción de un convenio con el Fogapi, para respaldar procedimientos de comercio exterior de las MyPes, beneficiara asimismo un mínimo importe de administración o de aplicación de hasta 45%.este modelo de respaldo beneficiara el desarrollo de la MyPes pues tendrá la oportunidad de negocios con beneficios muy atractivos mediante la transacción/exportación de productos no típicos y las importaciones, señalo la Agencia Andina. Sin embargo, si ya soportan inconvenientes para lograr un crédito para procedimientos internos, tiene un considerable obstáculo para respaldar sus ejecuciones de comercio exterior. Expreso. No obstante manifestó que los respaldos que brinda el Fogapí disminuyen el costo financiero en entre 05 y 06 puntos porcentuales. Por lo que se indicó que en ese entorno las ejecuciones de preembarque sostienen un revestimiento del 50%, durante que las ejecuciones de post embarque poseen una de 100%. Por otro lado, refirió que las tarifas de interés de Mibanco no ascendieron por consecuencia de la crisis internacional sino que más bien se paraliza la tendencia a la desestimación que se percibía en el costo crediticio. Por lo que se incorporó que, necesitando del ambiente internacional, podrán verificarse en los primeros meses del año próximo los niveles de las tarifas de intereses. Sin embargo, toda manifestación indica que no debería dar una alza desproporcionada en ls tarifas de interés, aunque se tiene el dominio de verificarse un acoplamiento en el dispositivo de apreciación de los créditos, apunto. En ese

conocimiento, Reategui tuvo que considerar que no habría un impacto en la activación crediticia sino más bien hay manifestación de una mayor eficacia en el sector de las MyPes. Pues finalmente, se tuvo el propósito que las posiciones crediticias de Mibanco en la zona de las microempresas desarrollaran entre el 45% y 50% este año. (Diario: Gestión 2018)

A Nivel Social: Confianza Del Consumidor Y Nivel Educativo: El sector restaurantes (servicios de venta de comidas y bebidas) aumento en el 12.9% debido a la eficacia del rubro de restaurantes (1,12%) otras funciones de oficios de comidas (1,33%), oficios de Bebidas (3,15%) y suministro de comidas por encargo (8,16%); anuncio el instituto nacional de Estadística informática (INEI). Función en el rubro de restaurantes se multiplico al 1,12%: denominado mes de la enseñanza, la función de restaurantes incremento en 1,12% potenciada por los lugares dedicados a las comidas rápidas, carnes, parrillas y pollerías, así como por restaurantes turísticos que brindan alimentos a precios accesibles; se sostienen en las festividades patronales y aniversarios, la colaboración y/o intervención en atracciones gastronómicas, prolongación del horario de observación, ejecución de eventos, aumento y principio de nuevos locales y en la manifestación de shows artísticos. Así como también, se anotó una considerable función en las especialidades de diferentes platos como son: comida criolla, sandwicherías, comida arequipeña y comida japonesa, por el crecimiento del turismo en nuestro país, el anuncio, acuerdos estratégicos con compañías bancarias, contratos con colegios y otros organismos para los festejos de onomásticos y el éxito de la confianza que debe tener el consumidor en el mercado, en cambio, las cevicherías y chifas exhibieron tarifas negativas, debido al

aumento en los importes del producto de sus insumos. Diferentes ocupaciones de servicio de ventas de comida aumentaron en 1,33%; puesto que el mes de darle examinación, las otras ocupaciones de servicios de comida incremento en 1,33% primordialmente por la función de concesionario de productos alimenticios, con la abertura y transformación de convenios, considerables ordenes en raciones extras y el aumento de personal por parte de las compañías contratantes. Del mismo modo, se desarrollaron servicios representativos en almuerzos Buffet, menús balanceados, interés en cafeterías corporativas y servicio de negocio de Snacks con carrito distribuidor en oficina. Igualmente la distribución de comidas para empresarios (Servicios especialmente de Alimentos a compañías de traslado aéreo y terrestre) se aumentó por la mayor exuberancia de pasajeros en las principales secciones, debido a las conmemoraciones, ferias, jornadas y vacaciones de medio año. Servicio de bebidas reporto aumento de 3,15%: cabe indica que en agosto 2017, el servicio de bebidas tuvo un crecimiento en 3,15% interpretado por el incrementos en los rubros de Cafeterías, Bares, Bar Restaurantes, Discotecas y Pubs por mayoritarios auspicios, concurrencia turística, notable carta de cervezas artesanales y vinos, música en vivo, innovada carta de postres, de bebidas calientes y, de granos integrales, además, de la colaboración en la feria por la celebración por el día del Café Peruano, cuyo objetivo es la de favorecer la adquisición de este grano. Suministro de comidas por compromiso incremento 8,16%; la INEI público que el suministro de comidas por encargo desarrollo el 8,16% demostrado en la considerable solicitud del servicio de elaboración y repartición de alimentos para circunstancias sociales, conferencias, capacitaciones, charlas y ferias

comerciales, donde brinda servicio cumplido y característico mediante un Staff de profesionales altamente competentes. (INEI, 2017)

Nivel educativo: MyPes de Piura serán preparadas y/o capacitadas en el programa de aprendizaje en servicios: con el único propósito, el objetivo es apoyar a las micro y pequeños empresario en cuanto en servicio y mejor calidad de Atención al Cliente, la programación de las MyPes de la universidad de Piura dictamina una formación en el Centro de Asesoría Microempresarial, ubicado en el campus universitario. Con el propósito y el objetivo de que las micro y pequeños empresarios cuenta las herramientas indispensables para maniobrar y administrar los aspectos más relevantes y con mucha importancia y en qué manera a servicios y calidad de atención al cliente, el programa MyPe de la universidad de Piura promulga una formación el 31 de marzo y 1 de abril en centro de asesoría microempresarial. Así mismo el programa de constitución en servicios está controlado al as MyPes que fueron Asesorada y Capacitadas en el marco del programa MyPes, elaborado por ADEU y UDEP durante los 3 ultimo años, es una función de continuidad post proyecto del referido programa que figurara de 6 conferencias. Sobre el asunto, mientras el planteamiento se demostrara el rol del rubro servicios, actualmente y las disconformidades con la Atención al Cliente, de igual manera se explicara a los concurrentes como obtener la competitividad a través de los servicios y el crecimiento profesional en este campo. Así mismo se menciona que los distintos temas a tratar serán: la cordialidad; celeridad y el cumplimiento en el servicio al cliente, determinación de problemas con los clientes, conducción de quejas; procedimientos del servicio y la tramitación del vínculo interpersonales, la buena comunicación, obligaciones del clientes,

la cualidad en el servicio de los restaurantes y los hoteles entre otros. Los sistemas del programa insertan trabajos en equipo, talleres y ponencias coloquio. El dato importante del programa MyPes (“crecimiento económico de la regio Piura a través de la consolidación de su revestimiento microeconómico y social, Perú”), fue respaldado por el Gobierno de Navarra y Properu. (Universidad de Piura: Julio Talledo, 2011)

A Nivel Tecnológico: Tecnología Móvil: Más del 60% de las MyPes utilizan los celulares con acceso a internet, de igual modo, la Encuesta Nacional de Empresas informo que el 35,1% de quienes conducen las empresas son mujeres. Por lo tanto la cantidad de micro y pequeñas empresas (MyPes) que emplearon celular con internet tuvo un crecimiento del 49,6% a 63,7% entre el 2014 y 2016, declaro la Encuesta Nacional de Empresas (ENE 2017) del Ministerio de la Producción (Produce). La herramienta que determina las diferentes características de la unidad productiva y facilita datos sobre su estructura empresarial, comercialización entre otros, aseguro que el porcentaje de empresas que maneja otros instrumentos TIC se ha aumentado en los últimos años. Las MyPes también han desarrollado el uso de otros instrumentos como diferentes paginas web, redes sociales y terminales de pagos (pos) necesarias a que las asistencias a reducir los costos administrativos y fomentar sus procesos productivos o servicios, aclaro el Ministro de la Producción, Raul Perez Reyes, tras exhibir los resultados del prototipo que englobo a más de 19 mil empresas a nivel nacional. Según la ENE, el 67,3% de los dirigentes de las empresas son eficientes, calificados, o tienen formación superior ya sea técnica o universitaria, siendo este porcentaje superior en la mediana y gran empresa (91,2%) que en la MyPe (66,3%). De igual manera informo que el 31,5% de quienes

dirigen a las empresas son mujeres y que la mayor parte de ellos tienen entre 25 y 49 años de edad (59%), siendo esta proporción mayor en las MyPes (59,3%). La intervención de la mujer en la administración de una compañía ha incrementado año a año y esta predomina sobre todo en los departamentos de comercialización y servicio que en su conjunto simboliza el 89% de las administradoras en el país, señaló el Ministro Pérez Reyes. De otro lado, la ENE 2017 declaró que entre el 2014 y 2016 el porcentaje de compañías, empresas que se sometieron al crédito tuvo desarrollo de 33,5% a 40,7%. Este desarrollo se debió al crecimiento de la entrada al crédito de las Mypes, las que demandaron primordialmente créditos para el capital del trabajo (28,5%). Las referencias de la ENE incluso permitieron comprender que el 6,4% de las empresas que integran a alguna asociación con términos empresariales y que el 53% de las empresas recaudan como principal provecho de la asociatividad el acceso a mercados o supermercados, continuo a la entrada de información y colaboración técnica (44,1%). (Diario El Comercio 2018)

Tecnología al alcance: MyPes que con mayor uso de tecnología son las que más puestos de trabajo generan, según Microsoft, en medio de la dificultad financiera en el mundo, las MyPe son las que más puestos de trabajo han generado, sobre todo aquellas que han integrado a sus procedimientos a un considerable grado de tecnología, declaró el Gerente General de Microsoft Perú, Guillermo Guzman Barron. El directivo señaló que un estudio actualizado, administrado de manera autónoma por The Boston Consulting Group (BCG), declaró que las MyPes líderes y sobresalientes en el la utilización de

tecnología establecieron una gran gama de nuevos empleos y obtuvieron incrementos de ingresos en los últimos 03 años que las MyPes a la Zaga en su utilización. Es así que se determinó que las MyPes tienen la capacidad de aumentar sus beneficios combinados en U\$ 770 millones de dólares en los 05 principales naciones materia del estudio el cual incorpora economías emergentes similares al Perú. Si más MyPes a la Zaga aparecen a la nivelación de utilización tecnológico que las líderes, tienen el dominio en crear unos 6.2 millones de puestos de trabajo nuevos tan solo en esos únicos países. Asimismo, BCG tiene la consideración que este vínculo entre la aceptación de TI y el desarrollo sería coherente en todos los países del mundo, incorporado el Perú, declaro. Es preciso mencionar que gracias a esta formación se sabe también que las MyPes que emplean tecnologías de la asesoría aumentaron sus entradas 15 puntos en porcentajes, y establecieron el doble de fuentes de trabajo que las MyPes que manejan menos tecnología de asesorías. Concluyendo “En Microsoft Perú están en compromiso en brindar capacitación a la gente en todas partes del país y a cerrar la abertura de calidad en las Carreras de informática y computación a través de instrumentos y sistemas que brindan conformidad de innovación y desarrollo empresarial, transformando al Perú como prioridad en beneficio, manifestó. (Diario Gestión, 2014).

A Nivel Ecológico: Recursos Naturales Limitados: Se imponen los restaurantes sostenibles, ecológicos, la utilización de recursos y la precisa y perfecta tramitación de los residuos parecen ser las apariencias más relevante para extender un prototipo de restauración sostenible según los compradores. Es de hecho, el 74% de la colonia española están en disposición en pagar más por un restaurante sostenible y apropiado. Al menos así

se supone del estudio sobre la captación social de la sostenibilidad en la hostelería, ejecutado en el 2016 por Ecovidrio y el Tenedor, es una demostración de 679 consumidores y expertos hosteleros mayores de edad, habitantes en España a través de una investigación en línea o vía web, para poder comprender la elección de ciudadanos y los restauradores sobre lo sostenible en las Hostelería, es propicio indicar que según este análisis, el 74% de los españoles está apto a pagar más por un restaurante adecuado y sostenible. De hecho, 7 de cada 10 consumidores tienen en cuenta que la postura por la sostenibilidad es un importe distintivo de un restaurante en frente a la competencia que lo rodean. Sin embargo, el 80% de los hosteleros piensan que la componente continua prevaleciendo por arriba de los demás. Aquí mencionaremos los procedimientos más sostenibles, informarse por el prototipo de los restaurante que consideran más sostenibles, las soluciones con más frecuencia han sido; los restaurantes ecológicos, indica que el 52% de los consumidores cree que los restaurantes de comida orgánica/ecológica son los más sostenibles y prioritarios, así mismo como Restaurante tradicional y familiar, indica que el 16% se inclina por la sostenibilidad de restaurantes habituales / familiares del modelo de asadores y la casa de comida, por lo que encontramos también Restaurante de Autor, tenemos un 15% y por último el restaurante de comida rápida que tiene un 3%. La ocupación eficaz de los recursos (73%) y la adecuada gestión de los residuos (70%), es el aspecto más relevante para los usuarios para incrementar un prototipo de renovación más sostenible. De igual manera los acompaña la compra de productos kilómetro cero de cercanía con un 69% la fomentación de un entorno laboral responsable y eficiente (56%) y la oferta de una dieta conveniente (45%). Se manifiesta significativamente la disimilitud

de criterios a la hora de determinar medidas para promover la sostenibilidad: 08 de cada 10 consumidores tienen en cuenta que los establecimientos deben comprometerse y estar forzados por ley a administrar medidas sostenibles. No obstante que el 80% de los capacitados cree que son más positivas otras acciones como la moralidad del tejido empresarial hostelero.

Cabe indicar que el grupo hostelero es prioridad para aumentar la tarifa de reciclado, ya que produce casi el 50% de los residuos de botellas de vidrio que deben reciclar en lugares seguros. La coyuntura de que el 94% de los hosteleros manifiesten estar en compromiso con favorecer medidas que impulsen la sostenibilidad consolida nuestra responsabilidad con el reciclado de envases en la hostelería. Hasta la fecha hemos destinado del capital social más de 15 millones de euros en este canal y le otorgamos el compromiso de acciones como la construcción de 20.000 depósitos o contenedores habituales hasta el 2020, aclara el directivo general de Ecovidrio, José Manuel Núñez Lagos. (Diario Gastronomía, 2016)

Leyes de protección medio ambiental: Leyes ambientales que toda Pyme debe comprender, el reglamento notorio sobre el medio ambiente es muy profundizada y complicada, lo que da dominio hacer que sea complicado para las Pymes ejecutarla. Asimismo, las Pymes suelen tener muchos impedimentos que considerar, lo que les deja poco espacio de operación para todo aquello que no sea previamente prioritaria. Si a esto incorporamos las diferentes responsabilidades que se emplean a las diferentes tareas económicas, las cuantiosas autorizaciones, anotaciones y formalidad vinculada con la disposición de impactos al medio ambiente, la dificultad incrementa hasta límites excepcionales. Así mismo surge inmanejable y, en algunos asuntos, los dirigentes de las

Pymes deberían razonar en pactar contrato de un experto en servicios para dominar y brindar respuesta a la severa legislación, a veces en forma reactiva, perdiendo tiempo y, en demasiadas oportunidades dinero, puesto que si te aseguras reconocido con esta especificación, te damos una mano. Continuamente localizaras una relación general de las primordiales leyes ambientales que deberíamos tener presentes cuando comiences a constituir tu correspondiente empresa. Todas ellas, al menos, debería ser de tu entendimiento y, y en la cordura de lo probable, te brindamos la recomendación de investigar en cada una para impedir una problemática a mediano y largo plazo. Aquí tenemos las primordiales leyes ambientales que perjudican a las Pymes: 1: Ley de Responsabilidad Medioambiental: es la Ley fundamental para las Pymes es la del compromiso ambiental o Ley 26/2007 de 23 de Octubre. Se emplea a todo tipo de labores económicas y reglamenta el compromiso de prever, evitar y restaurar destrucciones ambientales. La ley dispone el compromiso de los operarios promotores de la destrucción. Toda las Pymes tienen el compromiso en conocer bien esta ley para dominar cuales son las condiciones a considerar, por otro lado 2. La Ley de Aguas, es la popular ley de aguas, reconocida y con aprobación por real decreto Legislativo 1/2001 del 20 de Julio, es una descripción con mucho interés. De este conviene predominar que apremia a que los establecimientos o industrias que se establecen o poder originar vertidos a dar tramitación a los otorgamientos administrativos para tener la potestad y hacerlos. De igual manera 3. La ley de Residuos y suelos contaminados: en esta la Ley 22/2011 de 28 de Julio es adaptable a todas las entidades u organizaciones y determina el compromiso de las Actividades que originar residuos, los escritos que deben gestionar, etc. es una de las leyes

más principales en factor ambiental para las Pymes. así como también 4. La ley de Envases y Residuos de Envases: en esta ley de envases y residuos de envases es la ley 11/1197, de 24 de Abril. Su entorno de utilización se disminuye en aquellas empresas u organizaciones que son empresarios vinculados con productos empaquetados, sin embargo, se debe considerar que es suficientemente prioritario porque se debe insertar en el proyecto empresarial, la previsión de Residuos de Envases para obviar las problemáticas legales o reglamentarias. Se manifiesta otras leyes que perjudican a las Pymes 5. La Ley del Ruido: esta es la Ley 37/2003 de 17 de Noviembre o ley del ruido da disposición a muchas de las sanciones que dan dominio y llegar hasta los 300.000 por delito cuando se aventajan a los límites de una Contaminación Acústica. Esta es una de la normativa fundamental que corresponde comprobar antes de empezar la labor. También tenemos 6. La Ley de evaluación ambiental. En esta ley 21/2013 de 9 de diciembre además de la evaluación ambiental, es una descripción precautorio que convoca a las empresas (no a todas) a progresar un análisis de evaluación ambiental antes de lograr la aceptación e inicio de actividad. Esta herramienta integra algunas transformaciones de procedimientos. Acordar en comprender la ley y sus últimas modernizaciones para obtener la licencia de obra y para poder incrementar programas de moderación de efectos ambientales a tiempo. De igual manera 7. Ley de la calidad del aire y protección de la Atmosfera: en esta ley 34/2007 de 15 de Noviembre sobre la cualidad o naturaleza del aire y la seguridad de la atmosfera implanta las funciones que son mas contaminantes, es de manifestar, aquellas que ya sea por su posición o por las transformaciones que se amplifican, requieren de un sistema de dominio específico. Es conveniente revisar si la actividad de tu MyPe se localiza en esta

clasificación y que tipo de método de autorización o notificación de funciones debes gestionar. Por último la 8. Ley de los derechos de emisión de gases de efecto invernadero: en esta mencionada Ley 1/2005, del 9 de marzo, reglamenta la difusión de gases de efecto conservatorio. Esta ley reivindica las construcciones, concluir con unos cuantos requisitos para el comercio de derechos de difusión de gases de efecto conservatorio. Es conveniente conocer, especialmente si se trata de un dinamismo industrial y otras que se determinan en la propia ley.

(Diario Medioambiente, 2016)

A Nivel Legal: Ley De MyPes: Cabe resaltar que tenemos siete puntos clave en los cambios de la ley de MyPes, la modificación de la ley 30056, que esta aun en validez en febrero, busca dar un considerable impulso a las MyPes. Con expectativa la ley 30056 (Ley de Impuso al Desarrollo Productivo y Crecimiento Empresarial) la panorámica para las pequeñas y microempresas sea diferente este año. Esta “Ley arremete diversos problemas de la MyPes, como la inconstancia, la carencia de capital humano preparado, los elevados costos para mejorar”, declara el Viceministro de Industria y MyPes, Francisco Grippa. Así mismo el empleado público de un cálculo de que luego de reconocer el estatuto, que se ha prepublicado para obtener recomendaciones hasta el Viernes 24 de enero, la ley debe alcanzar entrar en validez desde febrero. Mencionaremos 07 puntos fundamentales sobre las variaciones en esta norma: No se determina el ejemplo de empresa por su número adecuado de sus trabajadores sino por el volumen de sus

comercializaciones. De esta forma una microempresa tendrá el permiso de emplear a más personas que las 10 a las que anteriormente estaba muy establecido. Mientras los 3 primeros años, desde su apuntamiento en el Remype, las novedosas empresas no corresponderán a las sanciones o al primer error si ejecutan una escasez laboral o tributaria, casualmente tendrá la probabilidad de subsanarlo sin poder en liquidar multas. Si una microempresa sobrepasa el monto de comercialización que tiene mando la ley tendrá autoridad tener prorroga de un año para poder pasar ya como una pequeña entidad al sistema laboral representativo que le pertenece. De igual manera, si una pequeña entidad comercializa ms de lo dispuesto tendría hasta 03 años para llevar al sistema general. Las pequeñas, medianas y microempresas deben darles la debida capacitación a sus empleados tendrá el dominio de descontar el gastar de la paga del Impuesto a la Renta por un importe máximo semejante al 1% del precio de su planilla anualmente. La Remype que se mantiene hoy bajo a la dirección del Ministerio de Trabajo, se trasladara a la Sunat. Las empresas individuales de responsabilidad limitada tienen la capacidad en pertenecer en el Nuevo Régimen Único Simplificado (Nuevo Rus) más antes solo dirigía a las personas naturales. Aquí conservan sus beneficios tributarios. En qué manera las adquisiciones del estado, los organismos sostienen a partir de la validez de la ley como límite 15 días para remunerar a sus abastecedores MyPes. Nuestra patria considera en tener la responsabilidad de comercializarles a las MyPes al menos el 40% de lo que solicita.

(Diario El Comercio: Julio Escalante, 2014).

Seguridad y salud: Cabe resaltar, que muchas son las empresas que no se adaptan a la ley de seguridad en el trabajo, funcionarios tendrían que efectuar más de 150 responsabilidades como parte de la ley que no están proyectadas a la veracidad nacional, declara gremio. MyPes son las que tienen la problemática de afectación; desde hace más de un año de la aparición en la vigencia de la Ley de Seguridad y Salud en el trabajo (LSST) y a 05 meses a su regulación, la gran totalidad de empresas peruanas no consiguen adaptarse a esta normativa necesariamente a su excesiva formalidad, informo la Cámara de Comercio de Lima (CCL). De acuerdo con el directivo legal del gremio, Víctor Zavala, a la fecha exclusivamente el 40% de las grandes empresas y el 20% de las medianas han dado inicio a un procedimiento de acondicionamiento a la referida ley, durante que en el acontecimiento de los micros y pequeñas empresas (MyPes) esta cantidad no llega ni al 10%. Se debe establecer que la vigente normativa considera el 60% de lo que se dirigió al ordenamiento anterior (del 2005), así como contribuciones de la OIT, la legislación española y los veredictos de los centros sindicales, es muy complejo y nada positiva, declaro a Gestión. En esa razón, aclaro que las más de 150 responsabilidades que se concretan, tanto en la ley como en el ordenamiento, la hacen imposible en terminaciones de ejecución. Grandes si, chicas no para Zavala, las empresas dedicadas a la minería, cementera petroleras y productoras de alimentos y bebidas, no sostienen mayor problemática en acondicionar sus normas internas a la Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo, puesto que de por sí ya tienen ordenamientos más o menos con similitudes por la exacta cualidad de su función. La problemática la sostendrán aquellas empresas dedicadas a comercializar, a brindar servicios o agricultura que nunca tuvieron que portar

inscripciones de este modelo, manifestó. También se apuntó que un margen mucho más alarmante la sostendrán las MyPes. Ellas sí que encaminan a sobrellevar porque recién estarían en conocimiento a la normativa y no se consideran como acondicionarse a ella, concreto Zavala. Lo que realmente apremia ahora una de las disputas urgentes para implementar la ley es la manifestación de los tipos de formatos e inscripciones oficiales que deberían utilizar las empresas, pues en lo actual estas producen con el prototipo anterior. Así mismo en el proceso de las MyPes están en la expectativa de algún formato facilitado especial, este es uno de las razones por el cual no prosperan, declaro. En este conocimiento, Zavala refirió que la producción de estos formatos debería ser el principal producto que difunde el Consejo Nacional de Seguridad y Salud, que se constituirá en los próximos días de la semana, según dio un avance el titular del MTPE, José Villena. ¿Y la Fiscalización? En conclusión, señalo que solo con la innovación de la Superintendencia de Fiscalización Laboral y un importe presupuestal conforme a las exigencias, el Ministerio de Trabajo posee la capacidad y los recursos adecuados para dar a conocer la ejecución de la Ley de Seguridad Ocupacional. (Diario: Gestión, 2012).

Frente a ello se formuló la siguiente interrogante de investigación ¿Cuáles son las características de la atención al cliente y financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018? Por lo tanto, se formuló el objetivo general: Determinar la caracterización de la atención al cliente y financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018. Y objetivos específicos: a. Describir las características de la atención al cliente de las MYPES, sector

servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018. b. Determinar los tipos de atención de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018. c. Describir los tipos del financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018. d. Determinar las estrategias de financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018.

Se justifica teóricamente porque contiene una apertura de conocimiento de la atención y financiamiento, teniendo como base las características y tipos de atención al cliente, además de los tipos y estrategias de financiamiento. (Miller y Salkiu, 2002)

Por tal motivo en el campo de la justificación de la presente investigación, se justifica en lo práctico, por que utiliza mecanismos que permite conocer y encaminar al rubro de hospedajes en el centro de Tumbes, desde los aspectos de la atención al cliente y financiamiento.

Tiene una justificación metodológica, por la aplicación sistematizada del proceso de la investigación, encaminada a la detección de datos cuantitativos que determinen las características sin vulneración alguna, y se recogen los datos en un solo momento, en este caso rubro de hospedajes. (Batista, 2006).

La investigación del presente trabajo va a permitir poder visualizar como se encuentran hoy en día las empresas de hospedajes así mismo poder aplicar diferentes estrategias para un mejor nivel de atención y financiamiento, saber así mismo el porqué de la competencia en el mercado.

Por ende, cada empresa se preocupa que sus clientes se sientan satisfechos con lo que ofrecen para que estos se sientan cómodos con lo que adquieren ya que los consumidores esperan obtener más de lo que se imaginan.

Institucionalmente este estudio beneficiara a la universidad, servirá de aporte para las bibliotecas constituyéndose en una base de consultas para próximas investigaciones que realicen las futuras generaciones de estudiantes, además permitirá a las MyPes el manejo del negocio motivándolo al cambio, para una mejor prestación de los servicios. (Batista, 2006).

Se justifica profesionalmente, en la medida en que me permitirá obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Se justifica por conveniencia porque permite conocer la realidad de la atención y financiamiento del rubro de hospedajes en el centro de Tumbes, promoviendo el fortalecimiento de los integrantes de las MyPes.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Según Olortegui (Pimentel.2016) en su investigación “*Servicios Y Ventas En El Área De Atención Al Cliente*” Su investigación tiene como propósito capacitación para los colaboradores relacionado a temas y técnicas de atención a clientes como un diseño de investigación aplicándose un cuestionario para conocer la relación que existe entre la calidad de servicios y ventas una población de 102 personas utilizando como instrumento de relación datos del cuestionario concluyendo que

la calidad de servicio va influir directamente en las ventas de los bienes y servicios que ofrece la empresa.

Según Aguilar (2016). En su investigación: “*Caracterización del Financiamiento y Capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Compra/Venta de Accesorios y Autopartes Vehiculares – Cajamarca, 2016*”.

Tiene como propósito determinar y describir las características del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro compra/venta de accesorios y autopartes vehiculares – Cajamarca, 2016; con un diseño de investigación no experimental – descriptivo, y una población de 20 micro y pequeñas empresas dedicadas al sector y rubro en estudio, aplicando documentos, cuestionario estructurado por 26 preguntas cerradas como instrumentos de recolección de datos, concluyó que debido a la antigüedad que tienen la mayoría de las MyPes, tienen un posicionamiento en el mercado y son estables en el sector y rubro de compra/venta de accesorios y autopartes vehiculares; asimismo, ya que en su totalidad (100%) las MyPes son formales, éstas tienen mayores facilidades para la obtención de créditos bancarios; finalmente, de acuerdo a la Ley N° 28015 adquieren un régimen laboral especial que le daría beneficios a las MyPes; sin embargo, dichos beneficios todavía no alcanza a la mayoría de las MyPes del Perú y de nuestro ámbito de estudio.

Para Castro (Trujillo-2016) en su investigación “*Financiamiento del desarrollo de las MYPES SECTOR METAL MECÁNICO*” su investigación tiene como

propósito determinar de que manera incide las fuentes del financiamiento en el desarrollo de las MYPES del sector metal mecánico con un diseño de investigación descriptivo- deductivo una población de trabajadores, utilizando como instrumentos de recolección de datos documentario, la entrevista, investigación bibliográfica, concluyo que la problemática que en ocasiones las micro y pequeñas empresas tienen definición en el capital del trabajo financiero, es decir en el activo corriente, ya sea por falta de disponibilidad de ingresos de efectivo de mercedarias para atender, es decir en activo comúnmente menos pasivo comúnmente, no es suficiente para atender las obligaciones de las MYPES.

Para Reglado (Chimbote – 2016) en su investigación *“El financiamiento y su influencia en la estabilidad de la micro y la pequeña empresa de Perú, caso de la empresa NAVISMAR E.I.R.L”* Su investigación tiene como propósito determinar y describir la influencia del financiamiento en la contabilidad de la micro y pequeña empresas del Perú, caso de la empresa NAVISMAR E.I.R.L con un diseño de investigación descriptiva, bibliográfica, documental y de caso con una población de empresas utilizando como instrumento de recolección una encuesta, concluyo que el financiamiento influye en forma positiva en la contabilidad de la empresa NAVISMAR E.I.R.L de Chimbote debido a que se logra un incremento en la rentabilidad sobre recursos propios, es decir aumentar la productividad y sus ingresos, permitiendo tener buenas relaciones con sus proveedores, mantener los costos, todo esto de la mano con una adecuada gestión

Por otra parte Guerra (2015) en su Trabajo de grado para optar por el título de Administradora De Empresas de la Universidad De Nariño Colombia la cual lleva por título: *“Evaluación de la calidad de la atención al cliente en las empresas lácteas de la ciudad de san juan de pasto departamento de Nariño”*. El tipo de investigación comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la composición o proceso del fenómeno a estudiar. El recojo de la información se dio bajo el método de la encuesta. obtención de las siguientes conclusiones El análisis factorial modificó las dimensiones originales del modelo SERVQUAL, propuesto por los profesores Parasuraman, Zeithmal y Berry; de acuerdo con los pesos factoriales, se obtuvieron cuatro factores en la satisfacción de los clientes, en los puntos de venta de las empresas lácteas. Así como De acuerdo con los resultados obtenidos, a través del método de evaluación

SERVQUAL utilizado en la presente investigación, los puntos de venta directa de las empresas lácteas, que fueron objeto de estudio, poseen una baja calidad en lo que respecta a la atención al cliente; lo anterior se ve corroborado por el hecho de haber obtenido un ICS (Índice de calidad de servicio) con un valor negativo de - 1.64.

Seguidamente Ixchop (2014). En su investigación: *“Fuentes de Financiamiento de pequeñas empresas del Sector Confecciones de la Ciudad de Mazatenango”*. Tiene como propósito “Identificar cuáles son las fuentes de financiamiento de la pequeña empresa del sector confección en la ciudad de Mazatenango”; con un diseño de investigación descriptivo, y una población de 18 pequeñas empresas

dedicadas a la confección, aplicando boletas de opinión conteniendo preguntas abiertas y cerradas, documentos, informes como instrumentos de recolección de datos; concluyó que la mayoría de empresarios dedicados a la confección en la ciudad de Mazatenango – Guatemala, acuden a instituciones financieras en busca de préstamos, lo que revela que su principal fuente para financiar sus actividades productivas han sido el financiamiento externo, entre tanto un porcentaje mínimo utiliza financiamiento interno.

Según Sosa (2014). En su investigación: *“El Financiamiento de los Micronegocios en México”*. Tiene como propósito “Mostrar el impacto que tiene el financiamiento bancario en la productividad de los micronegocios”, con un diseño de investigación descriptivo y documental, aplicando informes, documentos como instrumentos de recolección de datos, concluyó que de acuerdo a los resultados de la regresiones podemos observar que si existe un efecto positivo en el otorgamiento de créditos y la productividad de un micronegocio, sin embargo dicho efecto tiene un tamaño modesto; esto podría deberse a que la mayoría de los micronegocios en México hayan sido creadas no por una “buena idea” o una “buena oportunidad”. Muchas de estos pudieron haber sido creados para autoemplearse, (como una solución al desempleo) o por situaciones transitorias; otras pudieron haber comenzado debido a que el ser dueño de su propio negocio brinda flexibilidad e independencia de su tiempo. Entonces el modelo teórico de maximización de utilidades en que las empresas acumulan capital y crecen hasta

que su retorno es igual a su costo de oportunidad podría no aplicar para las microempresas.

De igual manera, Sánchez, (2014). Trujillo – Perú. En su investigación titulada: *“Capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “El Restaurante Mar Picante” de la ciudad de Trujillo”*; cuyo objetivo es elaborar un plan de capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en el Restaurante “Mar Picante” de la Ciudad de Trujillo; con un diseño de investigación denominado en sucesión o en línea; aplicando encuestas como medio de recolección de datos una población de 320 clientes; concluyendo que las principales necesidades de capacitación del personal del Restaurant “Mar Picante” se manifiestan en habilidades de atención al cliente, motivación y liderazgo, debilidades y fortalezas, trabajo en equipo y manejo de personal.

Según Jurado, (2014). Quito – Ecuador. En su investigación titulada: *“Calidad de la Gestión en el Servicio y Atención al Cliente para el Mejoramiento de las Operaciones Internas en Restaurantes de Lujo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito”*. Tiene como propósito *determinar a través de un diagnóstico el nivel de calidad de gestión del servicio y atención al cliente en un restaurante de lujo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito, a fin de proponer mejoras para los procedimientos internos, utilizando los criterios de la Norma UNE 93200:2008*; con un diseño de investigación descriptivo – situacional, aplicando como instrumento de recolección de datos encuestas de satisfacción aplicadas a los

clientes, diseñadas bajo los parámetros de SERVQUAL y DINESERV; obteniendo como conclusión que los clientes se encuentran satisfechos con la calidad del servicio recibido, sin embargo, hay aspectos que mejorar dentro del proceso, así como otros que reestructurar.

Para Carpio (Peru.2014) en su *investigación “Mejora del proceso de atención al cliente y calidad del producto”* Su investigación tiene como propósito proponer estrategias de atención al cliente para posicionar los servicios. Con un diseño de investigación los factores externos e internos que permiten determinar la situación y poder evaluar la calidad del servicio a una población de 60 personas utilizando como instrumento de recolección datos la entrevista concluyendo que se presentan propuestas de mejora para el problema planteado la cual se basa en estrategias de atención al cliente para posicionar los servicios.

Por ello González, N. (2013). *“El Impacto del Financiamiento a largo plazo como factor de rentabilidad de las Mi Pymes del sector comercio en el municipio de Querétaro (México)”*. Universidad Autónoma de Querétaro. En su trabajo de investigación concluye que la problemática actual que viven las Mi Pymes deriva de múltiples factores externos e internos, señalando principalmente a la escasez de financiamiento y el bajo nivel de rentabilidad, teniendo como resultado lo siguiente: Nueve de cada diez encuestados manifiestan que el financiamiento a largo plazo influyó en su rentabilidad.

Según Amadeo (2013). En su investigación: *“Determinación del Comportamiento de las Actividades de Financiamiento de las Pequeñas y*

Medianas Empresas”. Tiene como propósito determinar el comportamiento de las actividades de financiamiento de las pequeñas y medianas empresas; con un diseño de investigación transversal, exploratoria cualitativa aplicando cuestionarios, documentos, análisis situacional como instrumento de recolección de datos, concluyó que una de las causales de esta mirada negativa sobre el futuro del mercado interno fue el creciente nivel de inventarios que los encuestados afirmaron tener y la imposibilidad de poder colocar dichos inventarios en nuevos mercados dada la falta de competitividad que tienen las pequeñas y medianas empresas en los mercados externos.

Según Dávila (Trujillo-2011) en su investigación “ *Financiamiento bancario y desarrollo de las MYPES TEXTILES*”, su investigación tiene como propósito determinar de que manera el acceso al financiamiento bancario permitirá el desarrollo de las MYPES textiles con un diseño de investigación descriptiva una población de trabajadores, utilizando como instrumento de recolección datos de investigación bibliográfica, concluyo que la satisfacción financiera de las pequeñas empresas del sector textil de la provincia Trujillo se encuentra en una situación carente de financiamiento expresada en su grado de liquidez y solidez lo cual refleja situación desfavorable de sus principales indicadores económicos financieros.

Por otra parte Herrera & Limón & Soto (2010) en su investigación titulada:

“Fuentes de financiamiento en época de crisis realizado en las Empresas de la zona conurbada Veracruz - Boca del Río – México”. El objetivo general fue

analizar si en las PYME de San Luis Potosí, los recursos propios, el financiamiento externo (bancos) y proveedores son significativos. El tipo y nivel de la investigación fue cualitativo descriptivo y para recoger información se utilizó la técnica de la encuesta aplicada a gerencia general, administración, tesorería, créditos, cobranza, ventas de la microempresa. Llegaron a las siguientes conclusiones: En la muestra aleatoria de empresas incluidas en la investigación los administradores o dueños de las empresas deciden financiar sus proyectos o inversiones con recursos propios aunque los administradores muestran una preferencia a recurrir a pasivos de bajo costo 70%, por encima de los dueños 30%; En la muestra aleatoria de empresas incluidas en la investigación, la mayoría de los administradores o dueños consideran que la estructura óptima está determinada por la interacción de fuerzas competitivas. Además, se describe, que, en sus decisiones, consideraron como una opción. financian con recursos propios; En la muestra aleatoria de empresas incluidas en la investigación los administradores o dueños de las empresas, si dan un orden de importancia a las fuentes de financiamiento, prefiriendo en primera instancia los recursos propios seguidos de los externos y de éstos, prefiriendo primero a los de bajo riesgo y costo. La evasión de impuestos surge debido a una decisión del contribuyente de no declarar, total o parcialmente, determinadas operaciones o ingresos que debería acumular para los respectivos efectos fiscales. La evasión fiscal se vuelve injusta por el hecho de que sólo una parte de la población paga por la provisión de los servicios públicos que todos disfrutan y, por lo tanto, constituye una causa importante de inequidad

horizontal y vertical, puesto que conlleva una carga efectiva mucho más elevada para quienes si cumplen con sus obligaciones fiscales. La elusión fiscal, por su parte, nace de la capacidad del contribuyente para interpretar el texto de la ley y adaptarlo de la manera más conveniente a sus intereses con el objeto de minimizar el pago de impuestos. La educación debe ser un instrumento de capilaridad social, un mecanismo que nos permita salir de la desigualdad que se ha vuelto un fenómeno cada vez más preocupante y cada vez más crítico; La educación con principios éticos sería el mecanismo para dejar atrás este proceso social de pobreza e injusticia que puede llegar a tener consecuencias muy serias.

2.2. BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES

2.2.1. ATENCIÓN AL CLIENTE

2.2.1.1.DEFINICIÓN

Además Garrillo (2011) Considera que “La empresa en el largo plazo es la opinión de los clientes sobre el producto o servicio que reciben. Resulta obvio que, para los clientes se forman una opinión positiva la empresa debe satisfacer sobradamente todas las necesidades y expectativas. Es lo que se ha dado en llamar calidad del servicio”.

Ñahuirima (sin fecha) Cuyo objetivo general es determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente Para

analizar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, se realizó encuestas para evaluar las siguientes variables: calidad de servicio y satisfacción al cliente. Dicha encuesta fue aplicada en las diversas pollerías del distrito de Andahuaylas a 348 clientes entre varones y mujeres que constituyen la muestra del presente estudio.

2.2.1.2.CARACTERÍSTICAS

- a. **REDES SOCIALES:** El portal concepto.de (s.f.) Las redes sociales son sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información. Los individuos no necesariamente se tienen que conocer previo a tomar contacto a través de una red social, sino que pueden hacerlo a través de ella, y ese es uno de los mayores beneficios de las comunidades virtuales.
- b. **PUBLICIDAD TELEVESIVA:** El portal oblicua.es (s.f.)
Considera que la publicidad en televisión “es indiscutiblemente la más poderosa forma de publicidad”. Anunciarse en televisión implica llegar a cientos de miles o a millones de personas al mismo tiempo, y hacerlo a través del

medio publicitario más relevante y prestigioso. La publicidad en televisión aporta notoriedad y credibilidad, y ayuda más que ninguna otra a conseguir el posicionamiento deseado. Conjugando adecuadamente imágenes en movimiento, sonido, efectos y color, la publicidad en televisión permite a los anunciantes realizar campañas con las más altas cotas de creatividad y expresión artística.

- c. LENGUAJE CLARO: El portal ecptgu.eco (s.f.) Considera que el lenguaje llano, también denominado lenguaje claro, lenguaje sencillo o lenguaje ciudadano, “es un estilo simple y eficiente, que apunta prioritariamente a los escritos, pero que se aplica también a la comunicación oral”. Permite al receptor entender fácilmente lo que se dice o escribe.
- d. INFORMACIÓN ÓPTIMA: Según el portal definicionabc.com (s.f.) considera que la información óptima es en su “sentido más amplio y general el término óptimo se emplea cuando se quiere dar cuenta de aquello que resulta ser muy bueno, que no puede ser mejor de lo que es, es decir, óptimo es el superlativo del término bueno”.
- e. EMPATÍA: Según el portal significados.com (s.f.) considera que la empatía “hace que las personas se ayuden entre sí”. Está estrechamente relacionada con el altruismo - el amor y

preocupación por los demás - y la capacidad de ayudar. Cuando un individuo consigue sentir el dolor o el sufrimiento de los demás poniéndose en su lugar, despierta el deseo de ayudar y actuar siguiendo los principios morales. La capacidad de ponerse en el lugar del otro, que se desarrolla a través de la empatía, ayuda a comprender mejor el comportamiento en determinadas circunstancias y la forma como el otro toma las decisiones.

- f. **ATENCIÓN ADECUADA:** Según el portal significados.com (s.f.) Es la acción y el resultado de atender. En función del contexto, puede equivaler a términos como: cortesía, educación, civismo, amabilidad y muestra de respeto. Por ejemplo: 'Tuvo mucha atención conmigo'. Con este significado, se utiliza especialmente en plural. Por ejemplo: 'Nos dedicó muchas atenciones'.
- g. **CORDIALIDAD:** Según Giraldo (s.f) La cordialidad, es el valor que nos permite entablar y mantener buenas relaciones con los demás. De amabilidad, que representa la manera de nosotros establecer unos principios internos que nos rijan al tratar a los demás de buena manera.
- h. **COMPROMISO:** Según el portal concepto.pe (s.f.) El

compromiso hace referencia a un tipo de obligación o acuerdo que tiene un ser humano con otros ante un hecho o situación. Un compromiso es una obligación que debe cumplirse por la persona que lo tiene y lo tomó. El compromiso, además, es la capacidad que tiene una persona para tomar consciencia de la importancia que existe en cumplir con algo acordado anteriormente. Ser una persona que cumple con sus compromisos es considerado un valor y una virtud, ya que esto suele asegurar el éxito en los proyectos futuros y la plenitud.

2.2.2. FINANCIAMIENTO

2.2.2.1.DEFINICIÓN

Por otra parte Ccaccya (2015) entiende por financiamiento a “todos aquellos mecanismos o modalidades en los que incurre una empresa para proveerse de recursos, sean bienes o servicios, a determinados plazos y que por lo general tiene un costo financiero, es decir es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, que generalmente son sumas de dinero que llegan a manos de las empresas y sirven para complementar los recursos propios”.

Además Domínguez (s.f) es la obtención de recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines.

Por consiguiente Nunes (2016) el financiamiento es el conjunto de capital interno y externo a la organización utilizado para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones.

2.2.2.2.TIPOS

Según el portal de economíasimple.net (s.f.) *“Se entiende por préstamo, o préstamo bancario, la operación por la cual una entidad financiera pone a disposición del cliente una cantidad de dinero determinada que se estipula a través de un contrato, en el que se adquiere la obligación de devolver ese dinero en un tiempo establecido”*.

El contrato también establece las comisiones e intereses que el cliente ha de pagar a la banca a cambio de recibir prestada dicha cantidad. Cuando hablamos de préstamo, la cantidad de dinero que se pide prestada a los bancos se les llama el principal mientras que el interés es el precio que se paga por poder disponer de ese dinero. el periodo de tiempo para poder devolver ese préstamo se denomina plazo.

¿Cuántos tipos de préstamos existen?

Tipos:

1. **Préstamos personales:** Se utilizan generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado, se trata generalmente de cantidades económicas pequeñas que se suelen utilizar por ejemplo un viaje, una boda o una reparación inesperada.
2. **Préstamos al consumo:** Este tipo de producto financiero se utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero, como por ejemplo, un coche, una moto o algún electrodoméstico. Tanto los préstamos personales como los préstamos al consumo suelen ser préstamos de menor entidad con un plazo de devolución relativamente breve.
3. **Préstamos de estudios:** Se trata de un tipo de préstamos muy utilizados en el Reino Unido y Estados Unidos que se están globalizando cada vez más debido a que las entidades financieras intentan mejorar sus productos anualmente. Se trata de préstamos dirigidos a estudiantes para financiar matrículas universitarias, estudios de postgrado o viajes al extranjero. Suelen tener un tipo de interés más barato que los préstamos personales.
4. **Préstamos hipotecarios:** Se caracterizan porque, además de la garantía personal, como garantía de pago también se

ofrece una "garantía real" que consiste en la hipoteca de un bien inmueble. En el caso de no devolver el préstamo, el banco pasa a ser el propietario de dicha vivienda. Los préstamos hipotecarios se utilizan normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio. La garantía real de los préstamos hipotecarios deriva en que los tipos de interés que se aplican sean más bajos que en el resto de préstamos. Un aspecto esencial a tener en cuenta para contratar un préstamo hipotecario es que la cantidad prestada nunca puede superar el 80 % del valor real de la vivienda puesta como aval.

2.2.2.3. ESTRATEGIAS

Según el portal Rey-Guines (2012) Considera que las estrategias de financiamiento son *“herramientas que las empresas necesitan financiamiento para llevar a cabo sus estrategias de operación, inversión y financiamiento, dichas estrategias permiten abrir más mercado en otros lugares geográficos, aumentar el volumen de productos o servicios, construir o adquirir nuevas plantas, hacer alguna otra inversión que la empresa vea benéfica para si misma o aprovechar alguna oportunidad que presente el mercado”*.

La forma en que las empresas realizan el financiamiento es a través de instrumentos de deuda o vía capital, que también es utilizable para reducir pasivos con vencimiento de corto plazo y los de largo plazo que llegan al final de su

tiempo de gracia. Este modo de operar lo podemos observar en cualquier lugar ya sea en economías muy industrializadas o emergentes.

Adquisición de equipos:

En la medida que esta constituya un importante componente de las necesidades de capital, es adecuado ubicar fuentes de financiamiento de inversionistas especializados en inversiones relacionadas con adquisición de equipos. También es importante considerar que muchas empresas fabricantes de equipos ofrecen alternativas sumamente atractivas para empresas jóvenes.

1. **Financiamiento:** Crédito con el equipo como colateral. Es imprescindible contar con una historia de buen manejo operativo, crédito y estructura de capital.
2. **Leasing:** Contrato por un período de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de

arriendo. Los requisitos son generalmente menores que para un crédito.

3. **Venta y arriendo (Releasing – Leaseback):** venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo. En realidad el equipo se sigue utilizando. Hay que considerar el efecto del impuesto a ventas.

2.2.3. MYPES

El Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”. Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). Incluye modificaciones a varias leyes entre las que esta la actual “Ley MYPE” D.S. N° 007-2008-TR.

“Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente” ¿Qué cambios nos trae esta Ley a las micro y pequeños empresas? Se cambian los criterios de clasificación para las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de la siguiente manera: Las Empresas Individuales de Responsabilidad

Limitada (EIRL) pueden acogerse al Nuevo RUS “Decreto Legislativo 937, Ley del Nuevo Régimen Único Simplificado” siempre que cumplan los requisitos establecidos por dicha norma; Se transferirá la administración del Registro Nacional de la Micro y

Pequeña Empresa (REMYPE) pasando del Ministerio de Trabajo (MINTRA) a la SUNAT

Las microempresas que se inscriban en el REMYPE gozarán de amnistía en sanciones tributarias y laborales durante los tres primeros años contados a partir de su inscripción y siempre que cumplan con subsanar la infracción. Las empresas que se acogieron al régimen de la microempresa establecido en el D. Leg. N° 1086, Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente, gozan de un tratamiento especial en materia de inspección del trabajo por el plazo de 03 (tres) años desde el acogimiento al régimen especial, específicamente en relación con las sanciones y fiscalización laboral. Así, ante la verificación de infracciones laborales leves, deberán contar con un plazo de subsanación dentro del procedimiento inspectivo. El régimen laboral especial establecido mediante el D. Leg. N° 1086 es ahora de naturaleza permanente; El régimen laboral especial de la microempresa creado mediante la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, se prorrogará por 03 (tres) años. Sin perjuicio de ello, las microempresas, trabajadores y conductores

pueden acordar por escrito, durante el tiempo de dicha prórroga, que se acogerán al régimen laboral regulado en el D. Leg. N° 1086. El acuerdo deberá presentarse ante la Autoridad Administrativa dentro de los 30 (treinta) días de suscrito; El TULO de la Ley de Promoción de la MYPE que fuera aprobado por Decreto Supremo 007-2008-TR, a partir de esta norma se denominará “Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial”; La microempresa que durante 02 (dos) años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (150 UIT por año), podrá conservar por 01 (un) año calendario adicional el mismo régimen laboral; La pequeña empresa que durante 02 (dos) años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (1,700 UIT), podrá conservar por 03 (tres) años calendarios adicionales el mismo régimen laboral; Sobre este punto, cabe recordar que en el año 2003 se publicó la Ley N° 28015, Ley de Formalización y Promoción de la Micro y Pequeña Empresa. Esta norma estuvo vigente hasta el 30 de setiembre de 2008. A partir del 01 de octubre de 2008 entro en vigencia el Decreto Legislativo N° 1086, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y de acceso al empleo decente. Esta norma y sus modificaciones (recopiladas en el Decreto Supremo N° 007-2008-TR, Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad,

Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente) son las que se encuentran vigentes a la fecha, y que han sido modificadas por la Ley N° 30056.

III. HIPÓTESIS

Según dicho por Fidias (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El estudio fue de tipo DESCRIPTIVA, su propósito es describir realidades, hechos, fenómenos, buscando especificar sus características (Rodríguez, 2010).

4.2.NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación fue de nivel CUANTITATIVO porque confirma la obtención de datos sin manipularlos (Bernal, 2010).

4.3.DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de diseño NO EXPERIMENTAL dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad (Bernal, 2010). El diseño de la investigación será no experimental descriptivo, de corte transversal.

Dónde:

M = Muestra conformada por los clientes.

O = Observación de las variables: Atención y Financiamiento.



M : Muestra

O : Observación de la Muestra.

4.4.DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE MEDICIÓN
ATENCIÓN AL CLIENTE	Nahuirima (sin fecha) Cuyo objetivo general es determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente. Para analizar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, se realizó encuestas para evaluar las siguientes variables: calidad de servicio y satisfacción al cliente.	Se pretende determinar, describir las características de la atención al cliente MYPES mediante aplicación de las series de indicadores formulados en una de las de	CARACTERÍSTICAS	REDES SOCIALES	Considera que la información brindada en las redes sociales son comprensibles	NOMINAL
				PUBLICIDAD TELEVISIVA	La empresa utiliza publicidad televisiva	NOMINAL
				LENGUAJE CLARO	El personal comunica la información adecuada al momento de la venta.	NOMINAL
				INFORMACIÓN ÓPTIMA	El personal ofrece las características óptimas de los productos	NOMINAL
			TIPOS	EMPATÍA	El personal muestra empatía al momento de la atención.	NOMINAL
				ATENCIÓN ADECUADO	El personal de ventas lo informa correctamente	NOMINAL
				COORDIALIDAD	El personal muestra cordialidad en la atención	NOMINAL
				COMPROMISO	El personal se comprometo con orientar al cliente.	NOMINAL

FUENTE: Elaboración propia.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN						
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE MEDICIÓN
FINANCIAMIENTO	Domínguez (s.f) es la obtención de recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines.	Se pretende determinar, describir las características del financiamiento de las MYPES mediante investigación de serie de interrogantes indicadores formuladores preguntas.	TIPOS	PRESTAMO PERSONAL	La empresa utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado	NOMINAL
				PRESTAMO CONSUMO	La empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero	NOMINAL
				PRESTAMO HIPOTECARIO	La empresa utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio	NOMINAL
				TASAS DE INTERESES	Las tasas de interés que brindan las empresas financieras son las adecuadas	NOMINAL
			ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO	FINANCIAMIENTO	La empresa utiliza financiamiento para invertir	NOMINAL
				LEASING	La empresa utiliza contrato por un período de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo.	NOMINAL
				VENTA Y ARRIENDO	La empresa utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo	NOMINAL
				WARRANT	La empresa a utilizado el warrant como un opción de compra	NOMINAL

FUENTE: Elaboración propia.

4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población.

P1: La población para la variable atención al cliente se considera infinita, la misma que está conformada por los clientes de los hospedajes, siete (07) MYPES.

P2: La población para la variable financiamiento se considera finita, la misma que está conformada por los propietarios de los hospedajes, siete (07) MYPES.

Cuadro 01. Población de Investigación.

Ord.	RAZON SOCIAL	N° DE PROPIETARIOS
01	ELICA	1
02	SPONDYLLUS	1
03	KIKO'S	1
04	FANTASIA	1
05	AMAZONAS	1
06	TOLOA	1
07	ISIS	1
TOTAL		07

FUENTE: Elaboración propia.

MUESTRA

Por otra parte, Hernández, Fernández y Baptista, (2010) dicen que cuando las poblaciones de variables son infinitas, entonces no se conocen las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de las variables atención, en este caso se aplicó la siguiente fórmula estadística infinita:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Dónde:

n = a ser estudiada

Z = considerado (para 90% de confianza Z=

1.645) p = Probabilidad 0.5% q = No probabilidad

(donde Q= 1-P) q = 0.5% e = Error permitido

(10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.645)^2(0.50)(0.50)}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{(2.706025)}{(0.25)}$$

$$(0.01) n =$$

$$\frac{0.67650625}{0.01} n =$$

$$67.65 n = 68$$

$$n = 68$$

$$n = 68$$

clientes.

La muestra asciende a 68 clientes para la variable atención y satisfacción de los clientes en las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018.

Además, Hernández, Fernández y Baptista, (2010) dicen que cuando las poblaciones de variables son finitas, entonces no se conocen las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de la financiación, en este caso se aplicó que cuando $N = 07$; entonces $N = n$; por lo tanto $n = 07$ propietarios.

4.6.TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Técnicas:

Para Alelu, López, & Rodríguez, (s.f.) se empleó la técnica de la encuesta que fue aplicada a los clientes y propietarios de los hospedajes en el centro de Tumbes, 2018.

Cuestionarios: Se hizo uso de un cuestionario para los diferentes clientes que acuden frecuentemente a las diferentes empresas de comercializadoras de los servicios de hospedajes con el fin de poder obtener sus aportes y así poder realizar nuestro trabajo de investigación acerca de la atención y financiación.

Observación Directa: Se hizo uso de las diferentes guías, en la cual nos permitió conocer las diferentes opiniones acerca de la atención y financiamiento del rubro estudiado, y a la vez poder identificar cual es el problema que atraviesan estas empresas en nuestra investigación que vamos a realizar.

Instrumentos:

Para García, (2002) El cuestionario vienen a ser preguntas formuladas de manera ordenada, de las dimensiones de cada una de las variables en investigación, que aborda la encuesta. Triangula mediante los objetivos específicos y el marco teórico de la investigación, con las respuestas que se obtienen de la muestra.

Encuestas: Se realizó una encuesta a los clientes de los hospedajes con el objetivo de poder recaudar las diferentes opiniones acerca de los servicios, que nos puedan brindar sus conocimientos en relación a la atención y financiamiento que brindan las empresas.

4.7.PLAN DE ANÁLISIS

Para Alarcón & Gutiérrez, el plan de análisis detalla las medidas de resumen de las variables atención y financiamiento y como serán

presentadas, indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar. Se recogió los datos mediante el instrumento (encuesta), se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, las herramientas utilizadas son los diferentes programas como es el Microsoft Office Word, el Microsoft Office Excel, el Power Point y el Turnitin.

4.8.MATRIZ DE CONSISTENCIA

Cuadro 02. Matriz de Consistencia.

Problema	Objetivos de Investigación	Hipótesis	Metodología	Población y Muestra	Procesamiento de Datos
¿Cuáles son las características de la atención del cliente y financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el mercado de Tumbes, 2018?	<p>Objetivo General Determinar la caracterización de la atención al cliente y financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el mercado de Tumbes, 2018.</p> <p>Objetivos Específicos Describir las características de la atención al cliente de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el mercado de Tumbes, 2018. Determinar los tipos de atención al cliente de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el mercado de Tumbes, 2018. Describir los tipos de financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el mercado de Tumbes, 2018. Determinar las estrategias de financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el mercado de Tumbes, 2018</p>	(Fidias) Por ser una investigación con diseño o descriptivo no se formulara hipótesis de investigación .	<p>Tipo: Descriptiva</p> <p>Diseño: No Experimental</p> <p>Nivel: Cuantitativo</p>	<p>Población: P1. La población para la variable financiamiento es infinita. P2. La población para la variable atención al cliente es finita.</p> <p>Muestra: La muestra resultante es de 68 clientes y 07 propietarios.</p>	Se hará uso de la estadística descriptiva a través de tablas y gráficos de frecuencias múltiples y simples utilizando el programa Microsoft Office Word, Microsoft Office Excel, Power Point y el Turnitin.

FUENTE: Elaboración propia.

4.9.PRINCIPIOS ÉTICOS

Entendiendo a los principios éticos como las reglas que sirven como guía para orientar la conducta, Existen, sin embargo, numerosos principios éticos compartidos a nivel social. Pérez Porto & Merino (2013). Tiene como finalidad demostrar los efectos que produce la propuesta en determinar la caracterización de la atención y financiamiento en las MyPes del sector servicio rubro hospedajes, utilizando el enfoque colaborativo mediante la utilización de cuestionarios y encuestas que nos dan un resultado obtenido que no serán manipulados respetando las opiniones de cada uno de los participantes en el trabajo de investigación

V. RESULTADOS

5.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

5.1.1. SEGÚN EL OBJETIVO 01.

Tabla 01. ¿Considera que la información brindada en las redes sociales son comprensibles?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	68	100%
NO	0	0%
TOTAL	68	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes.

Tabla 02. ¿La empresa utiliza publicidad televisiva?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	49	72.06%
NO	19	27.94%
TOTAL	68	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes.

Tabla 03. ¿El personal comunica la información adecuada al momento de la venta?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	3	4.41%

NO	65	95.59%
TOTAL	68	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes.

· ¿

Tabla 04 El personal ofrece las características óptimas de los productos?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	3	4.41%
NO	65	95.59%
TOTAL	68	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes.

5.1.2. SEGÚN EL OBJETIVO 02.

Tabla 05. ¿El personal muestra empatía al momento de la atención?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	3	4.41%
NO	65	95.59%
TOTAL	68	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes.

Tabla 06. ¿El personal de ventas lo informa correctamente?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	3	4.41%

NO	65	95.59%
TOTAL	68	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes.

Tabla 07. ¿El personal muestra cordialidad en la atención?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	60	88.24%
NO	8	11.76%
TOTAL	68	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes.

Tabla 08 El personal se comprometo con orientar al cliente?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fi	Hi (%)
SI	62	91.18%
NO	6	8.82%
TOTAL	68	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los clientes de los hospedajes.

5.1.3. SEGÚN EL OBJETIVO 03.

Tabla 09. ¿La empresa utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fi	Hi (%)
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	07	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los propietarios de los hospedajes.

Tabla 10. ¿La empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fi	Hi (%)
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	07	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los propietarios de los hospedajes.

Tabla 11. ¿La empresa utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fi	Hi (%)
SI	1	14.29%
NO	6	85.71%
TOTAL	07	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los propietarios de los hospedajes.

Tabla 12 Las tasas de interés que brindan las empresas financieras son las adecuadas?

OPCIÓN DE RESPUESTA	Fi	Hi (%)
SI	6	85.71%
NO	1	14.29%
TOTAL	07	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los propietarios de los hospedajes.

5.1.4. SEGÚN EL OBJETIVO 04.

Tabla 13. ¿La empresa utiliza financiamiento para invertir?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	07	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los propietarios de los hospedajes.

Tabla 14. ¿La empresa utiliza contrato por un período de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	2	28.57%

NO	5	71.43%
TOTAL	07	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los propietarios de los hospedajes.

Tabla 15. ¿La empresa utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	5	71.43%
NO	2	28.57%
TOTAL	07	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los propietarios de los hospedajes.

Tabla 16 La empresa a utilizado el warrant como un opción de compra?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	0	0%
NO	7	100%
TOTAL	07	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los propietarios de los hospedajes.

.

5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.2.1. SEGÚN OBJETIVO ESPECÍFICO 01

En la tabla 01 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable atención al cliente al total de la población 100% (68); el 100% (68) manifiesta que la información brindada en las redes sociales son comprensibles.

En la tabla 02 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable atención al cliente al total de la población 100% (68); el 72.06% (49) manifiesta que la empresa utiliza publicidad televisiva 27.94% (19) manifiestan que la empresa no utiliza publicidad televisiva.

En la tabla 03 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable atención al cliente al total de la población 100% (68); el 4.41% (3) manifiesta que el personal comunica la información adecuada al momento de la venta y el 95.59% (65) manifiestan que el personal no comunica la información adecuada al momento de la venta.

En la tabla 04 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable atención al cliente al total de la población 100% (68); el 4.41% (3) manifiesta que el personal ofrece las características óptimas de los productos y el 95.59% (65) manifiestan que el personal no ofrece las características óptimas de los productos.

5.2.2. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 02

En la tabla 05 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable atención al cliente al total de la población 100% (68); el 4.41% (3) manifiesta que el personal muestra

empatía al momento de la atención y el 95.59% (65) manifiestan que el personal no muestra empatía al momento de la atención.

En la tabla 06 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable atención al cliente al total de la población 100% (68); el 4.41% (3) manifiesta que el personal de ventas le informa correctamente y el 95.59% (65) manifiestan que el personal de ventas no le informa correctamente.

En la tabla 07 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable atención al cliente al total de la población 100% (68); el 88.24% (60) manifiesta que el personal muestra cordialidad en la atención y el 11.76% (8) manifiesta que el personal no muestra cordialidad en la atención.

En la tabla 08 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable atención al cliente al total de la población 100% (68); el 91.18% (61) manifiesta que el personal se comprometo con orientar al cliente y el 8.82% (7) manifiesta que el personal no se comprometo con orientar al cliente.

5.2.3. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 03

En la tabla 09 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable financiamiento al total de la población 100% (07); el 100% (7) manifiesta que la empresa utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado

En la tabla 10 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable financiamiento al total de la población 100% (07); el 100% (7) manifiesta que la empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero; contrastando la investigación con **Olortegui (2016)** quien considera que la calidad de servicio va influir directamente en las ventas de los bienes y servicios que ofrece la empresa

En la tabla 11 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable financiamiento al total de la población 100% (07); el 14.29% (1) manifiesta que la empresa utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio y el 85.71% (6) manifiesta que la empresa no utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio

En la tabla 12 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable financiamiento al total de la población 100% (07); el 85.71% (6) manifiesta que las tasas y plazos que brindan las empresas financieras son las adecuadas y el 14.29% (1) manifiesta que las tasas y plazos no que brindan las empresas financieras son las adecuadas

5.2.4. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 04

En la tabla 13 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable financiamiento al total de la población 100% (07); el 100% (7) manifiesta que la empresa utiliza financiamiento para invertir

En la tabla 14 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable financiamiento al total de la población 100% (07); el 28.57% (2) manifiesta que la empresa utiliza contrato por un período de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo y el 71.43% (5) manifiesta que la empresa no utiliza contrato por un período de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo.

En la tabla 15 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable financiamiento al total de la población 100% (07); el 71.43% (5) manifiestan que la empresa utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo y el 28.57% (2) manifiesta que la empresa no utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo

En la tabla 16 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable financiamiento al total de la población 100% (07); el 100% (7) manifiesta que la empresa no ha utilizado el warrant como un opción de compra

VI. CONCLUSIONES

1. Según el objetivo específico 01 se describió que una de las principales características está referido a que la información brindada en las redes sociales son comprensibles, además concluyo que la empresa utiliza publicidad televisiva.
2. Según el objetivo específico 02 se describió que el personal muestra cordialidad en la atención, además concluyo que el personal se compromete con orientar al cliente.
3. Según el objetivo específico 03 se describió que la empresa utiliza generalmente, para financiar necesidades específicas en un momento determinado, además concluyo que la empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero, por ultimo las tasas y plazos que brindan las empresas financieras son las adecuadas.
4. Según el objetivo específico 04 se describió que la empresa utiliza financiamiento externo (adquisición de dinero para invertir no obstante mediante la condición de que el propietario de bien mueble será la entidad bancaria hasta realizarse la liquidación del mismo) para invertir, motivo por el cual los propietarios utilizan el financiamiento de leasing para obtener más ingresos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agencia Andina (2018) “*Economía peruana creció 2.86% en febrero de 2018, la mayor expansión en últimos 4 meses*” (31/07/2018) Recuperado del sitio web:

<https://andina.pe/agencia/noticia-economia-peruana-crecio-286-febrero-2018mayor-expansion-ultimos-4-meses-706687.aspx>

Aguilar, (2016). Cajamarca – Perú. En su investigación denominada: “*Caracterización del Financiamiento y Capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Compra/Venta de Accesorios y Autopartes Vehiculares – Cajamarca, 2016*” (Pag. 87), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas – Escuela profesional de contabilidad – Universidad Católica los ángeles de Chimbote – Cajamarca.

Alburquerque Víctor (2016) “*Gastos por consumo de familias seguirán cayendo*”

(31/07/2018) Recuperado del sitio web:

<https://larepublica.pe/economia/949425-gastos-por-consumo-dehttps://larepublica.pe/economia/949425-gastos-por-consumo-de-familias-peruanas-seguiran-cayendofamiliasperuanas-seguiran-cayendo>

Amadeo, (2013). Argentina. En su investigación denominada: “*Determinación del Comportamiento de las actividades de Financiamiento de la Pequeñas y Medianas Empresas*” (Pag.76), Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional de la Plata – Buenos Aires Argentina.

Arturo (2012) definición de leasing pág. Web <https://www.crecenegocios.com/concepto->

[de-leasing/](#)

Bessombes Carlos (2017). “Desde marzo las MYPES pueden aplazar el pago del IGV por 90 días” (31/01/2018) Recuperado del sitio web:

<https://larepublica.pe/economia/1016323-desde-marzo-las-mypeshttps://larepublica.pe/economia/1016323-desde-marzo-las-mypes-pueden-aplazar-el-pago-del-igv-por-90-diaspuedenaplazar-el-pago-del-igv-por-90-dias>

BME Renta Variable (2017) definicion del warrants pág. Web

<http://www.bolsamadrid.es/esp/Warrants/Warrants.aspx>

Carpio (Peru.2014) en su *investigación “Mejora del proceso de atención al cliente y calidad del producto”* Su investigación tiene como propósito proponer estrategias de atención al cliente para posicionar los servicios.

Castro castillo, Sandra (Trujillo-2016) en su investigación “*Identifica financiamiento del desarrollo de las MYPES sector metal mecánico*” (pág. 56) Universidad Nacional de Trujillo facultad de ciencias Económicas

Concepto de Compromiso. Equipo de Redacción de Concepto.de. Obtenido 2018,07, de

<https://concepto.de/compromiso/>
<https://concepto.de/compromiso/#ixzz5M rPsVVnY>

Concepto de Redes Sociales. Equipo de Redacción de Concepto.de. Obtenido 2018,07, de

<https://concepto.de/redes-sociales/> Fuente:
<https://concepto.de/redessociales/#ixzz5MrALciSC>

Dávila Echevarruia Eulin Daniel (Trujillo-2011) en su investigación “Financiamiento bancario y desarrollo de las MYPES textiles” (pág. 52) Universidad Nacional de

Trujillo, facultad de ciencias económicas

Definición de lenguaje claro (s.f.) pág. Web

<http://ecptgu.eco.catedras.unc.edu.ar/unidad-1/en-las-instituciones/elhttp://ecptgu.eco.catedras.unc.edu.ar/unidad-1/en-las-instituciones/el-lenguaje-claro/lenguajeclaro/>

Eco-finanzas (s.f) definición de plazos pág. Web

<https://www.eco-finanzas.com/diccionario/P/PLAZO.htm>

Economíasimple.net (s.f.) “Tipos de préstamos bancarios”. Recuperado del sitio web:

<https://www.economiasimple.net/tipos-de-prestamos-bancarios.html>

Economiteca.com (2013) definición de préstamos de consumo pág. Web

<http://economiteca.com/que-son-los-creditos-de-consumo/>

El Portal Conexión ESAN (2015) “Siete nuevas tendencias de los consumidores

peruanos” (31/07/2018) Recuperado del sitio web:

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/10/siete-nuevastendenciashttps://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/10/siete-nuevas-tendencias-de-los-consumidores-peruanos/de-los-consumidores-peruanos/>

Financiamiento. Sitio: Definición MX. Fecha: 22/02/2014. Autor: Editorial Definición

MX. URL: <https://definicion.mx/financiamiento/>. Lugar: Ciudad de Mexico

Finanzas para Todos (2010) definición de préstamos personales pág. Web

<http://www.finanzasparatodos.es/es/productosyservicios/productosbancariosfinanciacion/prestamospersonales.html>

Finanzas para Todos (2010)n definición de préstamos hipotecarios pág. Web

<http://finanzasparatodos.es/es/productosyservicios/productosbancariosfinanciacion/prestamoshipotecarios.html>

García Garrido Liz Caro (Trujillo.2012) en su investigación “*Relación entre Atención Al Cliente y posición atención al cliente en los servicios de la municipalidad de mala catán San Marcos*” (pág. 74) Universidad Nacional de Trujillo Facultad De Ciencias económicas.

García Vidal José Miguel y Solé María Luisa (2012) “*Impacto de las nuevas tecnologías en el comportamiento del consumidor*” (31/07/2018) Recuperado del sitio web:

<https://www.il3.ub.edu/blog/impacto-de-las-nuevas-tecnologias-enhttps://www.il3.ub.edu/blog/impacto-de-las-nuevas-tecnologias-en-el-comportamiento-de-los-consumidores/elcomportamiento-de-los-consumidores/>

Gerencie.com (s.f) definición de tasas pág. Web

<https://www.gerencie.com/tasahttps://www.gerencie.com/tasa-de-cambio-a-en-los-dias-en-que-no-se-certifique.htmldecambio-a-en-los-dias-en-que-no-se-certifique.html>

Gerencie.com (s.f) defincion de arriendo pág. Web

<https://www.gerencie.com/arrendador-y-arrendatario.html>

González, N. (2013). *“El Impacto del Financiamiento a largo plazo como factor de rentabilidad de las Mi Pymes del sector comercio en el municipio de Querétaro (México)”*. Universidad Autónoma de Querétaro.

Guerra (2015) Evaluación de la calidad de la atención al cliente en las empresas lácteas de la ciudad de san juan de pasto departamento de Nariño

Herrera &Limón & Soto (2010) Fuentes de financiamiento en época de crisis realizado en las Empresas de la zona conurbada Veracruz - Boca del Río – México

Ixchop, (2014). Quetzaltenango – Guatemala. En su investigación denominada: *“Fuentes de Financiamiento de Pequeñas Empresas del Sector Confección de la Ciudad de Mazatenango”* (Pag.92), Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Licenciatura en Administración de Empresas – Universidad Rafael Landívar – Guatemala.

Jurado, (2014). Quito – Ecuador. En su investigación denominada: *“Calidad de la Gestión en el Servicio y Atención al Cliente para el Mejoramiento de las Operaciones Internas en Restaurantes de Lujo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito”*. (Pág. 152). Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Escuela Profesional de Administración de Empresas – Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Katherine Giraldo (s.f) definición de cordialidad pág. Web <https://www.kathegiraldo.com/cordialidad/>

Maceda Saldarriaga César Yonny (2017) *“Gestión de competitividad y rentabilidad en el sector de servicios del rubro gimnasio del distrito de Tumbes, 2017”* (Pág. 09)

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – ULADECH. Tesis para grado de Bachiller.

Mellano Diego (2017) “*TLC entre Perú y la UE cumple cinco años positivos y de cambio*” (31/07/2018) Recuperado del sitio web:
<https://gestion.pe/economia/tlc-peru-ue-cumple-cinco-anos-positivos-cambio-153146>

Ministerio del Ambiente (2017) “*Reciclaje y disposición final segura de residuos sólidos - SINIA*” (31/07/2018) Recuperado del sitio web:
<http://sinia.minam.gob.pe/download/file/fid/39052>

Oblicua (s.f) definición de publicidad televisiva pág. Web
<http://www.oblicua.es/publicidad/publicidad-tv-television.htm>

Olortegui Quispe Víctor Jefferson (Pimentel_2016) en su investigación “*relación entre la atención al cliente y posición en su investigación servicios y ventas en el área de atención al cliente* (pág.112) universidad señor de sipan facultad de ciencias empresariales.

Regalado Chauca, Sara Alicia (Chimbote – 2016) En su investigación “*El financiamiento y su influencia en la rentabilidad de la Micro y pequeñas empresas del Perú, caso de la empresa NOVISMAR E.I.R.L*” (pág. 82) Universidad ULADECH
Facultad de Ciencias Contables, Financieras Administrativas.

Remica - Atención al Cliente (s.f.) “*Comunicación con el cliente: La importancia de conocer, Cómo, Cuándo y Qué*”. Recuperado del sitio web: <https://remicaatencionalcliente.es/comunicacion-con-el-cliente/>

Rey-Guines Asesorías y Servicios (2012) “*Estrategias de financiamiento*”. Recuperado

del sitio web: <http://www.rey-guines.cl/holistica/estrategia-de-financiamiento/>

Ruiz Mauricio (2003) “*Alcance de la tecnología*” (31/07/2018) Recuperado del sitio

web: [https://www.dinero.com/edicion-](https://www.dinero.com/edicion-impres)

[impres](https://www.dinero.com/edicion-impres)[a/especialhttps://www.dinero.com/edicion-impres/](https://www.dinero.com/edicion-impres)

[comercial/articulo/el-alcance-](https://www.dinero.com/edicion-impres)

[tecnologia/20504comercial/articulo/elalcance-tecnologia/20504](https://www.dinero.com/edicion-impres)

Sánchez, (2014). Trujillo – Perú. En su investigación titulada: “*Capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “El Restaurante Mar Picante” de la ciudad de Trujillo*”. (Pág.115). Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración – Universidad Privada Antenor Orrego.

Sepúlveda Magdalena (2018). “*El Perú debe transparentar las subvenciones de las empresas mineras*” (31/07/2018) Recuperado del sitio web:

<https://larepublica.pe/politica/1266895-peru-debe->

[transparentarhttps://larepublica.pe/politica/1266895-peru-debe-transparentar-](https://larepublica.pe/politica/1266895-peru-debe-transparentar)

[subvenciones-empresas-minerassubvencionesempresas-mineras](https://larepublica.pe/politica/1266895-peru-debe-transparentar)

Significado de atención (s.f) pág. Web <https://www.significados.com/atencion/>

Significado de empatía (s.f.) pág. Web <https://www.significados.com/empatia/>

Sosa, (2014). México. En su investigación denominada: “*El Financiamiento de los Micronegocios en México*” (Pag.26), Facultad de Economía División de Posgrado – Universidad Autónoma de Nuevo León – México.

Título: Optimo. Sitio: Definición ABC. Fecha: 18/10/2010. Autor: Florencia Ucha. URL:

<https://www.definicionabc.com/general/optimo.php>

ANEXOS

ANEXO 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES						
Actividades	2018					
	OCT	DIC				
	21	01	02-07	08	14	15
INICIO DE CLASES	X					
INICIO DE CLASE	X					
PREBANCA		X				
LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES			X			
SUSTENTACIÓN				X		
TERMINO DE CLASE					X	
TERMINO DE CLASE						X

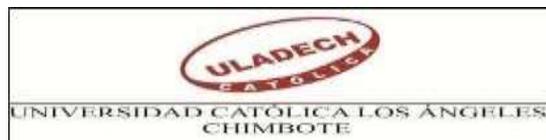
FUENTE: ERP ULADECH – CATÓLICA 2018.

ANEXO 02: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

RUBRO	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO TOTAL
RECURSOS HUMANOS	01	Corrector	S/.2.00
	50	Hojas bond	S/.5.00
	02	Lapiceros	S/.3.00
	01	Resaltador	S/.2.00
	01	Engrapador	S/.12.00
		Grapas	S/.3.00
SERVICIOS	10 Horas	Uso de internet	S/.15.00
	03	Refrigerios	S/.12.00
	50	Fotocopias	S/.5.00
	02	Impresión	S/.1.00
TALLER COCURRICULAR	01	Matrícula	S/. 200.00
	02	Pensión	S/.1800.00
MOVILIDAD		Movilidad	S/.20.00
TOTAL			S/.2080.00

FUENTE: Elaboración propia.

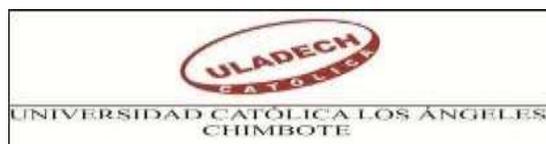
ANEXO 03: ENCUESTA



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Encuesta dirigida a los clientes y trabajadores del Centro de Tumbes, de las MYPES sector servicio. A continuación se formularan una serie de interrogantes que permitirán brindar información respecto a las variables de estudio: Atención al Cliente y Financiamiento. Marque con un aspa (X) la respuesta que crea conveniente.

ATENCIÓN AL CLIENTE	SI	NO
Considera que la información brindada en las redes sociales son comprensibles		
La empresa utiliza publicidad televisiva		
El personal comunica la información adecuada al momento de la venta.		
El personal ofrece las características óptimas de los productos		
El personal muestra empatía al momento de la atención.		
EL personal de ventas lo informa correctamente		
El personal muestra cordialidad en la atención		
El personal se comprometo con orientar al cliente.		



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Encuesta dirigida a los clientes y trabajadores del Centro de Tumbes, de las MYPES sector servicio. A continuación se formularan una serie de interrogantes que permitirán brindar información respecto a las variables de estudio: Atención al Cliente y Financiamiento. Marque con un aspa (X) la respuesta que crea conveniente.

FINANCIAMIENTO	SI	NO
La empresa utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado		
La empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero		
La empresa utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio		
Las tasas y plazos que brindan las empresas financieras son las adecuadas		
La empresa utiliza financiamiento para invertir		
La empresa utiliza contrato por un período de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo.		
La empresa utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo		

La empresa ha utilizado el warrant como un opción de compra		
---	--	--

ANEXO 04: VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, EDGARDO JIMENEZ IZQUIERDO

Identificado con DNI 00324893 Carnet de Colegio N° 02621

Con el grado de LICENCIADO EN ADMINISTRACION

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el **Br. JORGE ALBERTO QUINDE REYES**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población - muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: **CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL CENTRO DE TUMBES, 2018**, que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Noviembre del 2018


Lic. Adm. Edgardo Jimenez Izquierdo
RUC - CLAD N° 02621

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL CENTRO DE TUMBES, 2018									
AUTOR: Br. JORGE ALBERTO QUINDE REYES									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1OE	• Describir las características de la atención al cliente de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018.								
1	Considera que la información brindada en las redes sociales son comprensibles	/		/		/		/	
2	La empresa utiliza publicidad televisiva	/		/		/		/	
3	El personal comunica la información adecuada al momento de la venta.	/		/		/		/	
4	El personal ofrece las características óptimas de los productos.	/		/		/		/	
2OE	• Determinar los tipos de atención de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018.								
5	El personal muestra empatía al momento de la atención.	/		/		/		/	
6	El personal de ventas lo informa correctamente	/		/		/		/	
7	El personal muestra cordialidad en la atención	/		/		/		/	
8	El personal se comprometo con orientar al cliente.	/		/		/		/	
3OE	• Describir los tipos del financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el								


 Lic. Adm. Edgardo Jimenez Izquierdo
 RUC - CLAD N° 02621

centro de Tumbes, 2018.								
9	La empresa utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado	/		/		/		/
10	La empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero	/		/		/		/
11	La empresa utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio	/		/		/		/
12	La empresa a utilizado el warrant como un opción de compra	/		/		/		/
40E	• Determinar las estrategias de financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018							
13	La empresa utiliza financiamiento para invertir	/		/		/		/
14	La empresa utiliza contrato por un periodo de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo.	/		/		/		/
15	La empresa utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo	/		/		/		/
16	La empresa a utilizado el warrant como un opción de compra	/		/		/		/


 Lic. Adm. Edgardo Jimenez Izquierdo
 INC - CLAD N° 02621



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo Milagros Machado Panto

Identificado con DNI 72312772 Carnet de Colegio N° 10021

Con el grado de Licenciada en Administración

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el **Br. JORGE ALBERTO QUINDE REYES**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: **CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL CENTRO DE TUMBES, 2018**, que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Noviembre del 2018


Milagros Julieta Machado Panto
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
CLAD - 10021

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL CENTRO DE TUMBES, 2018									
AUTOR: Br. JORGE ALBERTO QUINDE REYES									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
10E	• Describir las características de la atención al cliente de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018								
1	Considera que la información brindada en las redes sociales son comprensibles	/		/		/		/	
2	La empresa utiliza publicidad televisiva.	/		/		/		/	
3	El personal comunica la información adecuada al momento de la venta.	/		/		/		/	
4	El personal ofrece las características óptimas de los productos.	/		/		/		/	
20E	• Determinar los tipos de atención de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018.								
5	El personal muestra empatía al momento de la atención.	/		/		/		/	
6	EL personal de ventas lo informa correctamente.	/		/		/		/	
7	El personal muestra cordialidad en la atención	/		/		/		/	
8	El personal se comprometió con orientar al cliente	/		/		/		/	
30E	• Describir los tipos del financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el								


 JORGE ALBERTO QUINDE REYES
 LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
 CLAD-1987

centro de Tumbes, 2018.								
9	La empresa utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado	/		/		/		/
10	La empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero	/		/		/		/
11	La empresa utiliza normalmente para la compra de una vivienda; aunque también se solicitan para la creación de un negocio	/		/		/		/
12	La empresa a utilizado el warrant como un opción de compra	/		/		/		/
40E	• Determinar las estrategias de financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018							
13	La empresa utiliza financiamiento para invertir	/		/		/		/
14	La empresa utiliza contrato por un periodo de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo.	/		/		/		/
15	La empresa utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo	/		/		/		/
16	La empresa a utilizado el warrant como un opción de compra	/		/		/		/

Altagracia
Altagracia Juissa Machado Pantoja
 LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
 CLAD - 19821



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo..... José Fernando Escobedo Galvez

Identificado con DNI..... 44632438 Carnet de Colegio N°..... 09720

Con el grado de:..... Magister en Gestión Pública

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el **Br. JORGE ALBERTO QUINDE REYES**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: **CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL CENTRO DE TUMBES, 2018**, que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Noviembre del 2018

[Stamp: ADM. MAG. F. Escobedo Galvez]

[Signature]
ADM. MAG. F. Escobedo Galvez
CL. N° 09720

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL CENTRO DE TUMBES, 2018									
AUTOR: Br. JORGE ALBERTO QUINDE REYES									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
10E	• Describir las características de la atención al cliente de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018								
1	Considera que la información brindada en las redes sociales son comprensibles	/		/		/		/	
2	La empresa utiliza publicidad televisiva	/		/		/		/	
3	El personal comunica la información adecuada al momento de la venta.	/		/		/		/	
4	El personal ofrece las características óptimas de los productos	/		/		/		/	
20E	• Determinar los tipos de atención de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018.								
5	El personal muestra empatía al momento de la atención.	/		/		/		/	
6	El personal de ventas lo informa correctamente	/		/		/		/	
7	El personal muestra cordialidad en la atención	/		/		/		/	
8	El personal se comprometo con orientar al cliente	/		/		/		/	
30E	• Describir los tipos del financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el								


 ADM. MC. José F. Escobedo Galvez
 CLAD Nº 09720

centro de Tumbes, 2018.								
9	La empresa utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado	/		/		/		/
10	La empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero	/		/		/		/
11	La empresa utiliza normalmente para la compra de una vivienda; aunque también se solicitan para la creación de un negocio	/		/		/		/
12	La empresa a utilizado el warrant como un opción de compra	/		/		/		/
40E	• Determinar las estrategias de financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018							
13	La empresa utiliza financiamiento para invertir	/		/		/		/
14	La empresa utiliza contrato por un periodo de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo.	/		/		/		/
15	La empresa utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo	/		/		/		/
16	La empresa a utilizado el warrant como un opción de compra	/		/		/		/


 ADM. M. José F. Escobedo Galvez
 CLAD N° 09720

ESCALA DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS MYPES SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL CENTRO DE TUMBES, 2018

AUTOR: JORGE ALBERTO QUINDE REYES

Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN																		
		¿Es pertinente con el concepto?				¿Necesita mejorar la redacción?				¿Es tendencioso asquiescente?				¿Se necesita más ítems para medir el concepto?						
		Expert o 1	Expert o 2	Expert o 3	TOTAL	Expert o 1	Expert o 2	Expert o 3	TOTAL	Expert o 1	Expert o 2	Expert o 3	TOTAL	Expert o 1	Expert o 2	Expert o 3	TOTAL			
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	ATENCIÓN AL CLIENTE																			
OE01	• Describir las características de la atención al cliente de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018																			
1	Considera que la información brindada en las redes sociales son comprensibles	1		1		1				1		1		1		1		1		12
2	La empresa utiliza publicidad televisiva	1		1		1				1		1		1		1		1		12
3	El personal comunica la información adecuada al momento de la venta.	1		1		1				1		1		1		1		1		12
4	El personal ofrece las características óptimas de los productos	1		1		1				1		1		1		1		1		12
OE02	• Determinar los tipos de atención de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018.																			
5	El personal muestra empatía al momento de la atención.	1		1		1				1		1		1		1		1		12
6	EL personal de ventas lo informa correctamente	1		1		1				1		1		1		1		1		12
7	El personal muestra cordialidad en la atención	1		1		1				1		1		1		1		1		12
8	El personal se comprometo con orientar al cliente.	1		1		1				1		1		1		1		1		12

RESUMEN LIBRO DE CÓDIGOS							
N°	ITEM'S		1-16	Total	TOTAL	%	TOTAL%
1	Considera que la información brindada en las redes sociales son comprensibles	SI	68	68	68	100	100
		NO	0	0		0	
2	La empresa utiliza publicidad televisiva	SI	49	49	68	72.058823529	100
		NO	19	19		27.94117647	
3	El personal comunica la información adecuada al momento de la venta.	SI	3	3	68	4.411764706	100
		NO	65	65		95.58823529	
4	El personal ofrece las características óptimas de los productos	SI	3	3	68	4.411764706	100
		NO	65	65		95.58823529	
5	El personal muestra empatía al momento de la atención.	SI	3	3	68	4.411764706	100
		NO	65	65		95.58823529	
6	EL personal de ventas lo informa correctamente	SI	3	3	68	4.411764706	100
		NO	65	65		95.58823529	
7	El personal muestra cordialidad en la atención	SI	60	60	68	88.23529412	100
		NO	8	8		11.76470588	
8	El personal se comprometo con orientar al cliente.	SI	62	62	68	91.17647059	100
		NO	6	6		8.823529412	
9	La empresa utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado	SI	7	7	7	100	100
		NO	0	0		0	
10	La empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero	SI	7	7	7	100	100
		NO	0	0		0	
11	La empresa utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio	SI	1	1	7	14.28571429	100
		NO	6	6		85.71428571	
12	Las tasas y plazos que brindan las empresas financieras son las adecuadas	SI	6	6	7	85.71428571	100
		NO	1	1		14.28571429	
13	La empresa utiliza financiamiento para invertir	SI	7	7	7	100	100
		NO	0	0		0	
14	La empresa utiliza contrato por un período de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo.	SI	2	2	7	28.57142857	100
		NO	5	5		71.42857143	
15	La empresa utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo	SI	5	5	7	71.42857143	100
		NO	2	2		28.57142857	
16	La empresa a utilizado el warrant como un opción de compra	SI	0	0	7	0	100
		NO	7	7		100	

ANEXO 06: FOTOGRAFÍAS



ENCUESTA APLICADA AL PROPIETARIO DEL HOSPEDAJE TOLOA.



ENCUESTA APLICADA AL PROPIETARIO DEL HOSPEDAJE ELICA.

ANEXO 07: TURNITIN

